

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 68-22.07.2025
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Ямало-Ненецкому автономному округу

Запрос рассмотрен 6 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 22.07.2025 – 12.08.2025.

Описание рекламного продукта

Распространения информации о кредитной карте банка «Уралсиб», размещенной в поисковой системе Яндекс.

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Ямало-Ненецкому автономному округу (далее — УФАС), где находится на рассмотрении обращение физического лица по факту размещения вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушений ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Отклик

Позиция ООО «Яндекс», члена СРО:

«Яндекс.Директ» - сервис по размещению рекламы рекламодателями, предоставляемый ООО «ЯНДЕКС» (далее – «Яндекс») на условиях оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ».

Рекламодатели в интерфейсе сервиса «Яндекс.Директ» самостоятельно указывают тексты рекламных объявлений, выбранные ключевые слова, а также иные настройки размещения соответствующих рекламных объявлений, что предусмотрено положениями договоров, заключаемых между Яндексом и рекламодателями.

В частности, пунктом 3.3 Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ», опубликованной в открытом доступе по адресу https://yandex.ru/legal/oferta_direct/ (далее — «Оферта»), предусмотрено: «Рекламодатель (представитель Рекламодателя) самостоятельно осуществляет подготовку и редактирование Рекламной кампании, в том числе составление/изменение Рекламных объявлений, подбор ключевых слов, в соответствии с установленной формой в подразделе «Создать кампанию» сайта Яндекс.Директ или соответствующей прикладной программы (в том числе для мобильных устройств) с учетом всех требований, определенных Офертой, если иное не согласовано Сторонами дополнительно. Рекламодатель самостоятельно и в полном объеме несет предусмотренную законодательством ответственность как лицо, осуществившее с использованием предоставленных системой Яндекс.Директ возможностей приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, и гарантирует

соответствие составленных и предоставленных им для размещения Яндексом Рекламных объявлений всем требованиям действующего законодательства».

Согласно пункту 5.1 Оферты Рекламодатель обязуется самостоятельно подготовить Рекламную кампанию, в том числе привести рекламные объявления в готовую для распространения форму.

Как предусмотрено пунктом 12.5 Оферты, Рекламодатель несет ответственность в полном объеме за а) соблюдение всех требований законодательства, в том числе законодательства о рекламе, об интеллектуальной собственности, о конкуренции, но не ограничиваясь перечисленным, в отношении содержания и формы Рекламы и материалов, на которые Рекламодатель устанавливает Ссылку с Рекламного объявления, выбор ключевых слов, использование сайта (доменного имени сайта), на который установлена Ссылка, иные действия, осуществляемые им в качестве рекламодателя и/или рекламопроизводителя.

Требования к рекламе, размещаемой через сервис «Яндекс.Директ», опубликованы в открытом доступе по ссылке https://yandex.ru/legal/general_adv_rules/ (далее – «Требования») и являются обязательными для рекламодателей.

Вместе с тем следует отметить, что в судебной практике (1) и практике антимонопольного регулятора (2) был выработан подход, согласно которому оценка рекламного объявления, распространяемого в сети Интернет, производится в комплексе со страницей в сети Интернет, на которую ведёт такое рекламное объявление. Информация, размещенная на сайте, на который пользователь переходит при нажатии на рекламное объявление, воспринимается как часть рекламы.

Таким образом, по мнению Яндекса, в рекламе, указанной в обращении УФАС по Ямало-Ненецкому автономному округу, отсутствуют нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», поскольку вся необходимая информация, была указана в тексте рекламы и на сайте банка, на который осуществлялся переход с рекламы.

(1).Решение Арбитражного суда г. Москвы от 27.05.2021 по делу №А40-52825/21-21-363;
Решение Арбитражного суда г. Москвы от 25.06.2020 по делу №А40-304599/2019-146-2360;

Решение Арбитражного суда Омской области от 10.07.2019 по делу №А46-6728/2019

(2).Решение Московского УФАС России от 12.04.2022 по делу №077/05/7-1943/2022;

Решение Московского УФАС России от 15.03.2022 по делу №077/05/7-1947/2022;

Решение Московского УФАС России от 11.03.2020 по делу №077/05/7-18186/2019

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Имеются ли нарушения ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (33,3%)

Вопрос № 2. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (33,3%)

Вопрос № 3. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (33,3%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Большинство экспертов не видят в спорной рекламе признаков нарушений ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе», так как считают, что реклама на грани введения в заблуждение, но не утверждает, что держатель карты автоматически получит бонус 5 тысяч рублей.

Особое мнение

Несколько экспертов имеют особое мнение.

1. Часть 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» требует обязательного указания в рекламе банковских услуг наименования лица, оказывающего услуги. Согласно пункту 1 статьи 54 ГК РФ, наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму.

Анализируемые материалы показывают, что в рекламе указано наименование «Банк Уралсиб», однако отсутствует полное наименование с организационно-правовой формой - ПАО «БАНК УРАЛСИБ».

2. Часть 3 статьи 28 в редакции Федерального закона от 24.07.2023 №359-ФЗ требует, чтобы реклама кредитных услуг с информацией о процентных ставках содержала данные, указанные в пункте 10 части 4 статьи 5 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)».

В представленных материалах:

- Указана процентная ставка от 34,9% годовых
- Указан диапазон ПСК от 21,709% до 65,628% годовых
- Указаны основные условия льготного периода

3. С 1 марта 2025 года вступили в силу изменения в статью 28 Закона «О рекламе», согласно которым реклама потребительских кредитов должна содержать:

-предупреждение «Оценивайте свои финансовые возможности и риски»- не менее 5% от площади рекламы;

-маркировку «Изучите все условия кредита (займа)» с указанием раздела официального сайта с подробными условиями

Анализ показывает отсутствие указанных предупреждений в представленных рекламных материалах.

Таким образом, проанализированная реклама кредитной карты банка «Уралсиб» содержит признаки нарушений части 1 статьи 28 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а также не соответствует новым требованиям, вступившим в силу с 1 марта 2025 года.

Решение

1.Нарушения положений ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» не выявлены.

2.Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

3.Предложить Комитету рекламных практик СРО обсудить подобную практику рекламы финансовых услуг.

4.Сообщить о данном решении ООО «Яндекс»

